predidaplatite.com

Дигитален маркетинг и стратегия: 16 въпроса, преди да платите

Не всички въпроси важат за всеки проект: Правилните въпроси зависят от това какво целите като краен резултат. Изберете тези, които пряко се отнасят до крайния продукт или цел, която искате да постигнете. Задаването на всички без релевантна преценка по-скоро ще объркa човека от другата страна.

D1

Какъв е проблемът, който решаваме, и откъде го разбрахте?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Стратегия, която започва с канали, а не с проблем, е списък от услуги. Този въпрос ще ви покаже дали изпълнителят действително е проучил компанията ви, или е използвал готов шаблон.

ДОБЪР ОТГОВОР

По време на първия разговор задава повече въпроси, отколкото дава готови отговори. Иска да види конкретни данни: откъде идват клиентите в момента, кои продукти или услуги се продават и кои не постигат очакваните резултати.

ЛОШ ОТГОВОР

Представя готово предложение още на втората среща, без преди това да е поискал от вас нито един финансов, търговски или маркетингов показател.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Прочетете първата страница на стратегията. Ако замените името на фирмата с друго и текстът остане верен, това не е стратегия за вас.

D2

Какви са допусканията зад тези числа?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Всяка прогноза стъпва върху предположения. Когато те не са описани, прогнозната стойност изглежда като установен факт, въпреки че всъщност представлява мнение, представено с десетична запетая.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят изброява възможностите и посочва кои от тях носят най-голяма несигурност. Дава диапазон вместо една стойност.

ЛОШ ОТГОВОР

„Това са средните стойности за бранша.“ Общите пазарни показатели не отчитат особеностите на вашия асортимент, населено място и цени.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изберете най-голямото число в документа и попитайте какво се случва, ако е два пъти по-малко. Ако при подобен сценарий цялата стратегия губи смисъл, тя е изградена върху прекалено крехка основа.

D3

Кое няма да правим и защо?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Именно този въпрос разграничава професионалната преценка от обикновеното изброяване на възможности. Всеки бизнес разполага с ограничени финансови средства и внимание. Стратегия, която не изключва нито една дейност, на практика не е взела нито едно истинско решение.

ДОБЪР ОТГОВОР

Посочва конкретни канали, които няма да бъдат използвани, като задължително обяснява причината за всеки от тях: липса на подходяща аудитория, недостатъчен ресурс за постоянна поддръжка или невъзможност инвестицията да се изплати.

ЛОШ ОТГОВОР

Планът включва всичко: SEO, реклама, социални мрежи, имейл маркетинг, видео съдържание. Изглежда изчерпателно и означава, че приоритизирането остава при вас.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Пребройте каналите в документа. Ако са повече от три за първите шест месеца, попитайте кой ще ги изпълнява и с какъв бюджет.

D4

Кой изпълнява това, след като ми го предадете?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Най-честият край на добра стратегия е чекмедже. Ако няма кой да я изпълни, документът е разход без резултат, независимо колко добър е.

ДОБЪР ОТГОВОР

Още в началото изпълнителят пита с какъв екип, време и компетентности разполагате и съобразява препоръките с тях. Разграничава ясно какво може вашият човек и какво изисква външен.

ЛОШ ОТГОВОР

Планът предполага, че разполагате с маркетингов отдел, въпреки че такъв екип не съществува във вашата компания. Несъответствието обикновено става видимо едва на третия месец, когато значителна част от задачите все още не са започнати.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Вземете първата задача от плана и я дайте на човека, който ще я върши. Ако не разбира какво се иска от него, планът не е изпълним във вашата фирма.

D5

Как ще разберем след три месеца, че не работи?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Стратегия без предварително определено условие за спиране не може да бъде обявена официално за неуспешна и затова често продължава да изразходва бюджет. Този въпрос е вашият защитен механизъм.

ДОБЪР ОТГОВОР

Назовава конкретен показател и срок: ако до третия месец това число не помръдне, спираме и преразглеждаме.

ЛОШ ОТГОВОР

„Маркетингът иска време." Вярно е, но не е отговор на въпроса, а начин да не му се отговори.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Запишете си условието за спиране в календара с конкретна дата. На тази дата го проверете, независимо какво се случва в разговора.

D6

Какво проучване включва цената: с кого ще разговаряте и какви данни ще анализирате?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Стратегията без предварително проучване представлява мнение, оформено като професионален документ, а именно задълбочената подготвителна работа обяснява съществената разлика в цената.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят изброява конкретните източници, включително разговори с вас и ваши клиенти, вътрешни бизнес показатели и данни за потребителското търсене, и посочва колко време ще бъде отделено за проучването.

ЛОШ ОТГОВОР

Представя готово предложение още на втората среща, като не е поискал нито един конкретен показател от бизнеса ви.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте с колко ваши клиенти планира да разговаря. Отговорът „с нито един" разкрива достатъчно ясно върху какво ще бъде изградена стратегията.

D7

Колко конкуренти ще разгледате и какво точно ще сравнявате?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Формулировката „анализ на конкуренцията" без посочени компании, критерии и краен резултат често означава единствено разглеждане на няколко сайта в рамките на един следобед.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят назовава конкурентите поименно, посочва дали ще сравнява техните канали, позициониране, цени и съдържание и обяснява в какъв формат ще получите изводите.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще направим общ преглед на пазара." Пазарът не може да бъде анализиран като едно цяло без конкретни обекти и показатели. Необходимо е да се сравняват определени компании по предварително избрани критерии.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте списъка с конкурентите предварително и добавете един, когото те не са сетили. Реакцията е тестът.

D8

Описанието на моя клиент основава ли се на реални данни, или на предположения?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Профил на клиента, измислен единствено в заседателна зала, може да насочи всички последващи решения към аудитория, която не отговаря на действителните ви купувачи.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят използва реални следи за това кой купува, какви въпроси задава и откъде идва, като ясно разграничава потвърдената информация от допусканията.

ЛОШ ОТГОВОР

Представя персона с име, възраст, професия и интереси, без преди това да е проведен нито един разговор с истински клиент.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте кое от описаното е подкрепено с данни и кое остава работна хипотеза. Качественият стратегически документ сам прави това разграничение.

D9

Как ще разпределим бюджета между каналите и защо точно така?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Разпределението на средствата е същинската част на стратегията, защото стойностите по канали показват взетите решения, докато всичко останало служи основно за тяхната обосновка.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предоставя конкретна разбивка, аргументира всяка сума и посочва кои разпределения ще бъдат преразгледани след получаването на първите реални данни.

ЛОШ ОТГОВОР

Разделя средствата поравно или според лична преценка, без да посочи нито една проверима причина за избраните проценти.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

За всеки отделен компонент попитайте защо е предложена точно тази сума, а не половината от нея. Отговорът трябва да съдържа логика и изчисление, а не просто демонстрация на увереност.

D10

Какви показатели ще следим и кой ги дефинира отсега?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Ако значението на „резултат“ не е определено предварително, след три месеца всяка страна може да използва думата за различен показател и да оценява успеха по удобен за себе си начин.

ДОБЪР ОТГОВОР

Преди началото изпълнителят определя малък брой важни показатели и за всеки посочва точната формула и конкретния източник на данните.

ЛОШ ОТГОВОР

Предлага голям брой показатели, без да обяснява как се изчисляват. Колкото повече стойности присъстват в отчета, толкова по-лесно е винаги да се открие поне една възходяща графика.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изберете един показател и попитайте къде точно ще виждате стойността му и по каква формула се изчислява. Неясният отговор в началото почти сигурно ще се превърне в спор при отчитането.

D11

В какъв вид получавам стратегията и колко кръга корекции включва?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Неуточненият формат създава различни очаквания, защото вие може да очаквате подробен план за изпълнение, а да получите кратка презентация с общи принципи.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят описва предварително обема, структурата, разпределението по месеци и броя на включените корекции след получаването на вашата обратна връзка.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще видите крайния вариант, той ще е достатъчно изчерпателен.“ Големият обем без ясна структура прави документа дълъг, но не непременно полезен и приложим.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте предварително съдържанието на документа, представено единствено чрез заглавията на основните раздели. Една подобна страница е достатъчна, за да подреди очакванията и да покаже логиката на крайния материал.

D12

Какво съдействие се очаква от моя екип и колко работно време трябва да предвидим?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Разработването на стратегия изисква ваши данни, служители и решения, а неизяснените предварително ангажименти постепенно се превръщат в забавяне и удобно обяснение за неизпълнените срокове.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предоставя списък с необходимите данни и срещи, очакваните часове от страна на екипа ви и точните моменти, в които ще бъде нужно вашето участие.

ЛОШ ОТГОВОР

„Нищо не ви трябва, ние поемаме всичко." Впоследствие работата спира в очакване на информация или достъп, които никой не е поискал навреме.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте колко часа ваше време ще струва целият процес. Отговор под един час показва, че изпълнителят едва ли възнамерява да зададе достатъчно въпроси за бизнеса ви.

D13

Какво става, ако след първия месец данните противоречат на плана?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Стратегическият план представлява хипотеза, а готовността той да бъде променен при убедителни нови данни отличава професионалния метод от упоритото следване на първоначалната идея.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предварително посочва кои сигнали ще наблюдава, кога ще преразглежда плана и кои решения няма да променя единствено заради един слаб месец.

ЛОШ ОТГОВОР

„Планът е дългосрочен, трябва търпение." Търпението има стойност само когато съществуват достатъчно данни, че избраната посока остава правилна.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Поискайте пример за случай, при който изпълнителят е променил собствена стратегия заради получените резултати. Липсата на подобен пример поставя под въпрос наличието на реален процес за учене и адаптиране.

D14

Може ли бизнесът ми да поеме резултата, заложен в стратегията?

ЗАЩО ПИТАТЕ

План, който генерира повече запитвания или поръчки, отколкото екипът ви може да обслужи, създава разочаровани клиенти и пропуснати възможности вместо устойчив растеж.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят проучва колко клиенти или поръчки можете да поемете и съобразява темпото на растеж с този капацитет, включително чрез въвеждане на отделни етапи.

ЛОШ ОТГОВОР

Планира максимално голям резултат, защото впечатляващата стойност помага за продажбата на стратегията. Последиците за обслужването, екипа и репутацията остават изцяло ваш проблем.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изчислете кой ще обработва запитванията, ако техният брой се удвои през следващата година. Ако нямате ясен отговор, обсъдете ограничението още сега.

D15

Включва ли стратегията календар, който показва кога започва всяка дейност?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Без ясна последователност и конкретни дати стратегията остава списък с намерения, защото правилният ред на действията представлява съществена част от самото решение.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предоставя план по месеци, който показва последователността и зависимостите между задачите, включително кое започва първо и кое изчаква резултат от предходен етап.

ЛОШ ОТГОВОР

Всички дейности са обявени за еднакво важни и трябва да започнат едновременно. Това показва, че никой не е определил реални приоритети.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Прегледайте внимателно първия месец от календара. Ако в него са включени повече от три напълно нови дейности, планът вероятно предполага екип и капацитет, с които не разполагате.

D16

Ще останете ли на разположение след предаването на стратегията и при каква цена?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Повечето практически въпроси възникват при изпълнението, затова специалист, който прекратява участието си веднага след предаването, оставя екипа сам с документ, който може да изисква тълкуване.

ДОБЪР ОТГОВОР

Офертата включва определен период за последваща подкрепа, конкретен брой часове месечно за въпроси и преглед на изпълнението и ясна цена след изчерпването им.

ЛОШ ОТГОВОР

Изпълнителят предава документа и с това приключва ангажимента си. Подобен подход може да е формално коректен, но често се оказва недостатъчен за реалното прилагане на стратегията.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте колко струва един час консултация след предаването. Липсата на отговор значи, че не е предвидено да има после. # Социални мрежи *Покрити нови теми: избор на платформи, производство на съдържание, процес на одобрение, платено промотиране, тон на марката, покритие извън работно време, томболи и правила, сигурност на достъпите, съдържание на отчета, собственост при раздяла, отзиви.* ## Вече публикувани (само за контекст, не се редактират) C1. Кой ще бъде собственик на страницата и на бизнес акаунта? C2. Колко публикации на месец и какъв е поводът за всяка? C3. Кой отговаря на съобщения и коментари и в какъв срок? C4. Как ще разберем дали това носи продажби, а не харесвания? C5. Какво правим при негативен коментар? ## Нови въпроси